

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada SEKUL (Sengkaling Kuliner) yang berada di jalan Raya Mulyoagung no. 188, Malang, Jawa Timur kode pos 65153.

B. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan deskriptif, untuk mendapatkan informasi dari responden yang sudah ditentukan yang pernah melakukan pembelian di SEKUL (Sengkaling Kuliner). Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik. Penelitian deskriptif merupakan sebuah penelitian yang bertujuan untuk memberikan atau menjabarkan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual.

C. Definisi operasional

Dalam suatu penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2002: 32). Operasional variabel merupakan penjelasan dari variabel-variabel yang ada dan akan menjadi kajian dalam penelitian ini.

No.	Variabel	Definisi Operasional
1.	Lokasi mudah dijangkau (X_1)	Lokasi SEKUL mudah dijangkau oleh konsumen.
2.	Murah (bisa dijangkau) (X_2)	Harga- harga makanan di SEKUL murah dan terjangkau.
3.	SEKUL Luas (X_3)	Lokasi SEKUL memiliki lahan yang luas.
4.	SEKUL Bersih (X_4)	Menjaga kebersihan lingkungan SEKUL.
5.	<i>live music</i> (X_5)	Konsumen menikmati <i>live music</i> yang di sediakan SEKUL .
6.	Pilihan makanan bervariasi (X_6)	Banyak pilihan makanan yang disediakan SEKUL.
7.	Banyak pilihan tempat duduk(X_7)	Konsumen tidak susah mencari tempat duduk untuk menikmati sajian yang disediakan sekul.
8.	Biaya parkir terjangkau (X_8)	Biaya untuk parkir di SEKUL murah dan terjangkau.
9.	Pramusaji cepat tanggap (X_9)	Pramusaji cepat tanggap dalam melayani kebutuhan konsumen
10.	Sistem pembayaran <i>TopUp</i> (X_{10})	Sistem pembayaran <i>Top Up</i> memudahkan konsumen dalam transaksi pembelian.
11.	Pengantaran makanan cepat (X_{11})	Pelayanan cepat dalam penyajian makanan tidak perlu menunggu lama.
12.	Sajian wahana bermain(X_{12})	Konsumen menyukai wahana bermain yang disediakan oleh SEKUL.
13.	Nonton bareng (X_{13})	Konsumen menyukai fasilitas nonton bareng yg disediakan SEKUL.
14.	Toilet bersih (X_{14})	SEKUL menjaga kebersihan toilet.
15.	Parkir Luas(X_{15})	Tempat parkir SEKUL luas sehingga menampung banyak kendaraan.
16.	ATM (X_{16})	ATM dekat dengan lokasi SEKUL dengan pilihan bank yang bervariasi memudahkan transaksi tarik tunai.
17.	Promosi di media sosial(X_{17})	Konsumen tertarik untuk berkunjung SEKUL dari melihat promosi di media sosial.
18.	Koneksi <i>wifi</i> stabil (X_{18})	Koneksi <i>wifi</i> yang di sediakan SEKUL stabil.
19.	Spot foto(X_{19})	SEKUL banyak spot/desain tempat untuk berfoto-foto.
20.	Berkumpul dengan teman, keluarga dan kerabat (X_{20})	SEKUL jadi wadah berkumpul dengan teman, keluarga dan kerabat.

D. Populasi dan Sampel

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah model sampling non probabilitas karena besarnya populasi tidak diketahui secara pasti. Metode sampling yang digunakan adalah metode *Convenience Sampling*. Menurut Kuncoro (2009: 138) Metode *Convenience sampling* yaitu prosedur untuk mendapatkan unit sampel menurut keinginan peneliti. Pemilihan sampel berdasarkan populasi yang mudah diakses untuk memperoleh informasi. Peneliti menentukan sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan transaksi atau melakukan pembelian di SEKUL (Sengkaling Kuliner).

- a) Populasi merupakan wilayah generasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah para konsumen SEKUL (Sengkaling Kuliner).
- b) Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dijadikan sampel.

Menurut Maholtra (2010: 30) untuk memperoleh hasil yang baik dalam suatu analisis faktor banyaknya responden yang diambil untuk mengisi kuesioner adalah sebanyak lima dikalikan pernyataan dalam kuesioner. Dalam

penelitian ini jumlah variabel yang diteliti sebanyak 20, maka jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak $5 \times 20 = 100$ responden.

E. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian di SEKUL (Sengkaling Kuliner). Data penelitian berupa informasi tentang karakteristik dari suatu objek untuk tujuan penelitian, dan data tersebut akan diperoleh melalui penyebaran kuesioner.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan data primer. Data primer adalah data yang di peroleh secara langsung dari sumber asli (tanpa perantara). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang disebarkan pada responden yang telah ditentukan (konsumen atau pelanggan pembeli makanan di SEKUL).

G. Penskalaan Data

Data primer tersebut berupa data mentah dengan skala *likert* untuk data tanggapan responden mengenai variabel-variabel yang ditemukan di survei awal terhadap keputusan pembelian produk pada SEKUL (Sengkaling Kuliner). Menurut Simamora (2002: 46) skala *likert* merupakan teknik pengukuran sikap yang paling luas digunakan dalam riset pemasaran. Skala *likert* terdapat 5 titik untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak dengan pertanyaan susunan sebagai berikut:

Tabel 3.1

Tabel Penilaian Jawaban

No.	Jenis Jawaban	Bobot
1.	SS = Sangat Setuju	5
2.	S= Setuju	4
3.	N= Netral	3
4.	TS= Tidak Setuju	2
5.	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Freddy Rangkuti, 2005: 66.

H. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Validitas menurut Sugiyono (2008: 172) merupakan instrument yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas pada penelitian ini digunakan analisis *Corrected Item Total Correlation* dengan jumlah 20 item. Penggunaan analisis korelasi item total koreksi didefinisikan sebagai berikut:

$$r_{1-itd} = \frac{r_{ix}(S_x) - S_i}{\sqrt{[(S_x)^2 + (S_i)^2 - 2(r_{ix})(S_i)(S_x)]}}$$

Dimana :

r_{ix} =koefisien korelasi item-total

S_i = simpangan baku skor setiap item pertanyaan S_x

S_t = simpangan baku skor total

Metode pengambilan keputusan pada uji validitas ini menggunakan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05. Untuk batasan r tabel maka dengan $n = 30$ maka di dapat r tabel sebesar 0,361. Jika $>$ (lebih besar) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, dan sebaliknya. Uji validitas pada responden diolah dengan menggunakan SPSS 21.

Hasil uji validitas instrumen metode dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Instrumen

Item	Validitas	r tabel, N=30 a=5%	Hasil Uji
X ₁	0.494	0,361	Valid
X ₂	0.423	0,361	Valid
X ₃	0.474	0,361	Valid
X ₄	0.567	0,361	Valid
X ₅	0.558	0,361	Valid
X ₆	0.422	0,361	Valid
X ₇	0,485	0,361	Valid
X ₈	0.468	0,361	Valid
X ₉	0,523	0,361	Valid
X ₁₀	0.448	0,361	Valid
X ₁₁	0.557	0,361	Valid
X ₁₂	0.516	0,361	Valid
X ₁₃	0.412	0,361	Valid
X ₁₄	0.424	0,361	Valid
X ₁₅	0.504	0,361	Valid

Item	Validitas	r tabel, N=30 a=5%	Hasil Uji
X ₁₆	0.663	0,361	Valid
X ₁₇	0.471	0,361	Valid
X ₁₈	0.628	0,361	Valid
X ₁₉	0.515	0,361	Valid
X ₂₀	0,160	0,361	Tidak Valid

Sumber: lampiran 5.

Berdasarkan tabel 3.2 hasil uji validitas instrumen kepada 30 responden diatas, dapat diketahui bahwa terdapat satu item pertanyaan yang memiliki nilai r_{hitung} lebih rendah dari r_{tabel} ($0,160 < 0,361$). Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel X₂₀ tidak dilanjutkan menjadi variabel yang menjadi pertanyaan pada tahap uji selanjutnya. Sedangkan 19 variabel yang lain dinyatakan valid, karena memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($> 0,361$). atau variabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 19 item pertanyaan tersebut dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya, yaitu penyebaran kepada 95 responden.

Berdasarkan hasil hitung uji validitas yang valid diatas, maka dapat dilanjutkan untuk penyebaran kuesioner selanjutnya dengan total responden 95 orang. Hal ini menunjukkan fungsi dari validitas dalam penelitian ini untuk mengukur ketepatan suata data atau instrumen dalam upaya untuk melakukan fungsi ukur. Tujuannya adalah untuk memperoleh data yang valid, tepat dan akurat sebagaimana tujuan diadakannya pengukuran penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah menunjuk pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil di skala pengukuran tertentu, reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya (Jonathan Sarwono: 2006). Alat ukur untuk penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach's* yaitu suatu instrumen dapat dikatakan handal jika memiliki koefisien atau jika nilai *AlphaCronbach's* > 0,60 kontruk pertanyaan dimensi adalah reliabel. Jika nilai *AlphaCronbach's* < 0,60 kontruk pertanyaan dimensi variabel adalah tidak reliabel. Dengan persamaan rumus berikut:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \frac{S_r^2 - \sum S_i^2}{S_x^2}$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas instrument

K = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum S_i^2$ = jumlah varian skor item

SX^2 = varians skor – skor tes (seluruh item K)

Uji reliabilitas penelitian pada responden diolah menggunakan alat bantu komputer SPSS 21.

Tabel 3.4

Uji Reliabilitas Instrumen

<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Item	Keterangan
0.824	19	Reliabel

Sumber: lampiran 5.

Berdasarkan hasil pada tabel 3.4 uji reliabilitas instrumen, dapat diketahui bahwa hasil analisis yang telah dilakukan pada 30 responden diperoleh nilai *Alpha Cronbach's* sebesar 0,824 dengan 19 jumlah item pertanyaan. Dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien *Alpha Cronbach's* $> 0,60$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa dimensinya adalah reliabel dan dapat dilanjutkan penyebaran kuesioner kepada (95) responden.

I. Metode Analisis Data

1. Analisis Faktor

Analisis faktor adalah nama umum yang menyatakan sebuah kelas prosedur yang digunakan terutama untuk reduksi data dan perangkuman data. Dalam riset pemasaran, mungkin terdapat banyak variabel, kebanyakan diantaranya saling berkorelasi dan harus direduksi sampai pada tingkatan yang dapat dikelola. Hubungan antara himpunan-himpunan banyak variabel yang saling terkait diuji dan disajikan menurut beberapa faktor dasar (Maholtra, 2010: 288).

Dalam analisis faktor menggunakan sebuah teknik interdependensi dalam arti bahwa seluruh himpunan hubungan interdependen diuji. Teknik interdependensi adalah teknik-teknik statistic *multivariate* (banyak variabel) yang keseluruhan himpunan hubungan-hubungan interdependensi diuji (Maholtra, 2010: 288). Kegunaan analisis faktor menurut Maholtra (2010: 288):

- a. Mengidentifikasi dimensi dasar atau faktor, yang menjelaskan korelasi diantara himpunan variabel-variabel.
- b. Mengidentifikasi suatu himpunan yang lebih kecil dari variabel-variabel yang tidak saling berkorelasi untuk menggantikan himpunan asal variabel-variabel yang saling berkorelasi dalam analisis banyak variabel berikutnya.
- c. Mengidentifikasi suatu himpunan variabel-variabel penting yang lebih kecil dari sebuah himpunan yang lebih besar untuk digunakan dalam analisis banyak variabel berikutnya.

Kegunaan utama dalam analisis faktor yaitu melakukan pengurangan atau mereduksi sejumlah variabel yang ditemukan. Pereduksian dilakukan dengan melihat interdependensi beberapa variabel yang dapat diringkas menjadi satu yang disebut faktor. Rumus analisis faktor menurut Maholtra (2010: 289) sebagai berikut:

$$X_i = A_{i1} F_1 + A_{i2} F_2 + A_{i3} F_3 + \dots + A_{im} F_m + V_i U_i$$

Dimana :

X_i = variabel baku ke-i

A_{i1} = koefisien regresi majemuk yang dibakukan dari variabel i atas faktor biasa j

F = faktor biasa

V_i = koefisien regresi majemuk yang dibakukan dari variabel i atas faktor unik i

U_i = faktor unik untuk variabel i

m = banyaknya faktor biasa

Secara jelas faktor biasa dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$F_i = W_{i1} X_1 + W_{i2} X_2 + W_{i3} X_3 + \dots + W_{ik} X_k$$

Dimana :

F_i = estimasi faktor ke – i

W_i = bobot atau koefisien skor faktor

k = banyaknya variabel

Selanjutnya, langkah urutan melakukan analisis faktor sebagai berikut :

1. Memformulasikan masalah analisis faktor dan mengidentifikasi variabel yang ada,
2. Membuat suatu matriks korelasi variabel yang ada,
3. Menetapkan metode analisis faktor,
4. Peneliti menentukan jumlah faktor yang akan diekstraksi dan merotasikan faktor, menggunakan rotasi orthogonal dengan metode rotasi yang paling umum digunakan adalah prosedur varimax, equamax, quartimax, dan promax.
5. Menafsirkan faktor yang sudah dirotasi,
6. Menghitung skor – skor faktor,
7. Memilih variabel-variabel pengganti,
8. Menentukan model analisis faktor.